

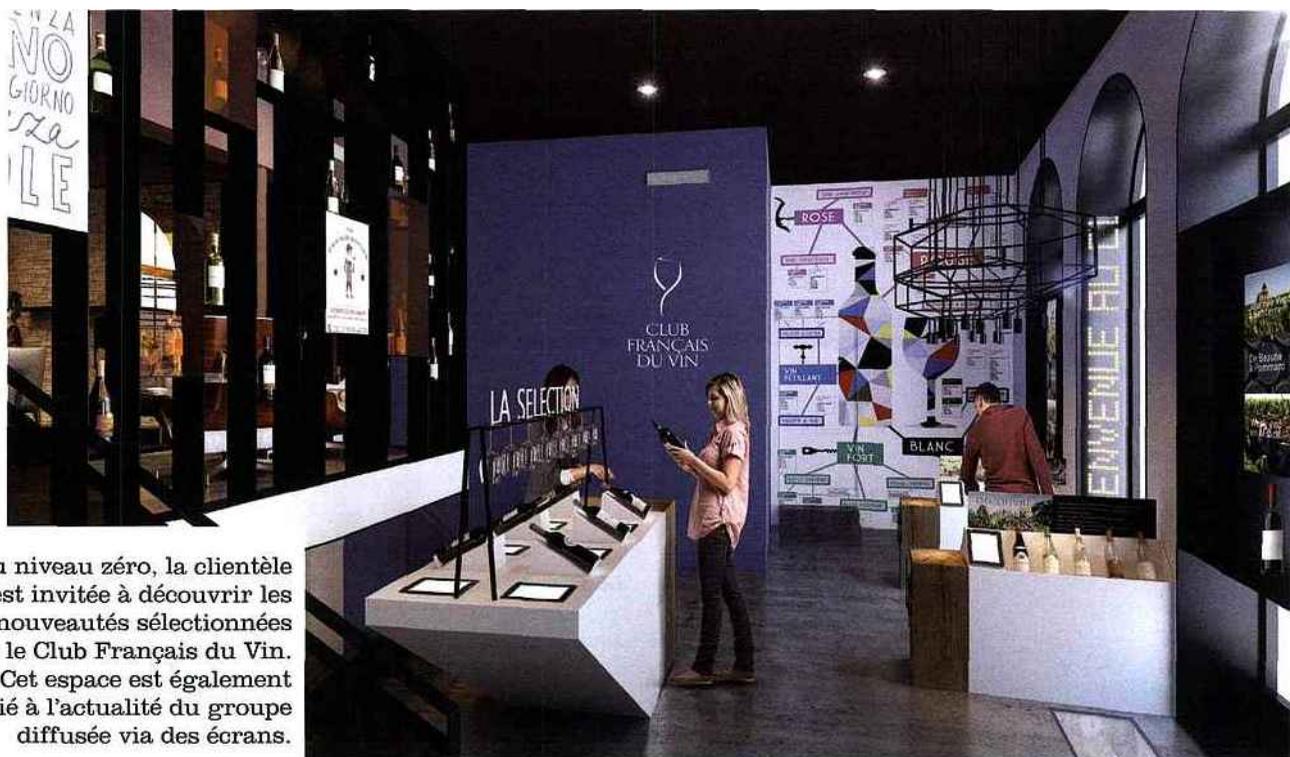


PREMIER CONCEPT STORE DU CLUB FRANÇAIS DU VIN



RETOUR SUR LE CHANTIER

La création de la première boutique du Club Français du Vin qui ouvre ce mois de juin à Paris a été confiée à l'agence Generous. Rencontre avec son fondateur et directeur de création : Jean-Baptiste Coissac.



Au niveau zéro, la clientèle est invitée à découvrir les nouveautés sélectionnées par le Club Français du Vin. Cet espace est également dédié à l'actualité du groupe diffusée via des écrans.

LMEF - Vous avez conçu le concept store du Club Français du Vin qui sera inauguré en juin rue Vivienne à Paris. Quelles étaient les grandes lignes de votre cahier des charges ?

J.B.C - Le Club Français du Vin (pure player négociant de vins sur internet et par abonnement) est depuis plus d'un an la propriété du groupe Advini qui centralise plusieurs propriétés viticoles en France et dans le monde. L'idée était d'imaginer un concept de liaison entre les métiers traditionnels de la vigne et les nouvelles technologies qui s'inscrivent dans l'ADN du Club. Nous devons composer un espace qui soit un lieu d'expériences et de découvertes tout en faisant écho au site Internet. Le principe étant de permettre une expérience plus humaine et plus pratique au niveau de la découverte.

LMEF - Avez-vous eu carte blanche ?

J.B.C - Quasiment. L'endroit sera tenu par des personnes qui animent le site Internet et l'agencement d'espace n'est pas leur cœur de métier. Ils ont une culture de l'image, pas du design. Nous avons donc travaillé en confiance, d'abord comme force de propositions.

Nous devons tenir compte du quartier (proche de la Bourse) de sa population CSP+ et de la volonté du Club Français du Vin d'aménager un lieu ouvert au public mais privatisable dans le cadre d'opérations événementielles. Nous avons finalement proposé une répartition des espaces par étage et une programmation faisant écho au site. Le brief était très ouvert.



L'agencement des différents espaces illustre bien la notion de club entre tradition (présence de bûches, canapés...) propice au recueillement et une modernité revendiquée. Ici, par exemple, la vitrine dédiée aux vins évoque l'écran d'un ordinateur.



LMEF - Le local est réparti sur cinq niveaux. Comment ont-ils été distribués ?

J.B.C - Le bâtiment offre une superficie de 544 m² et on ne tient pas compte du dernier étage dédié aux bureaux. Au niveau de la rue, nous disposons d'une surface de 76 m². Cet endroit est l'équivalent de la page d'accueil du site internet et les visiteurs qui seront accueillis par des sommeliers vont y retrouver la sélection du Club, c'est-à-dire une quinzaine de bouteilles. Nous avons imaginé deux meubles qui mettent en scène cette actualité tout en étant visibles de la vitrine extérieure et installés des petites steles pour présenter le vin. Enfin, il y avait la nécessité de partager de l'info, puisque c'est l'ambition du groupe de se développer sur différents secteurs dont l'œnotourisme à travers les vignobles Jeanjean. Cette activité sera présentée sur un écran mosaïque en quatre parties qui permettra de visualiser les domaines. Enfin, l'une des vitrines est équipée d'un écran interactif qui laissera découvrir l'offre, même lorsque l'adresse sera fermée.

LMEF - Et pour les autres niveaux ?

J.B.C - Le niveau -1 qui s'étend sur 90 m² correspond à l'espace privatisable et il est donc très modulable. On y trouve un grand comptoir que nous avons imaginé très brut et surdimensionné afin de pouvoir accueillir une vingtaine de personnes avec un œnologue. Le niveau -2 (la cave) qui s'étend sur 112 m² est réservé au stockage (ferme au public) mais propose également un

espace dédié à la dégustation. Enfin, le niveau +1 qui se présente sous la forme d'une mezzanine (Le Cercle) est réservé aux membres du Club.

LMEF - Comment l'avez-vous imaginé ?

J.B.C - Le Cercle est un endroit plus cosy, séparé du niveau zéro par un moucharabieh - élément métallique qui permet d'entreposer des bouteilles et des éléments de stylisme - et un peu isolé de la partie publique. Nous avons dessiné l'agencement de l'espace et une partie du mobilier et l'on y a disposé deux causeuses, un canapé.

LMEF - Etes-vous intervenu sur la façade ?

J.B.C - Malheureusement non, puisque le site est protégé. Nous n'avons pu faire aucune intervention et pour un créatif, c'est une grande frustration !

LMEF - Quelle a été votre collaboration avec la société Wanzl ?

J.B.C - Nous travaillons régulièrement avec cette société pour la création de mobilier et d'éléments d'aménagement. C'est toujours très agréable car ils s'adaptent parfaitement à chaque situation en apportant des solutions appropriées. Sur ce chantier, par exemple, la société Wanzl nous a permis de découvrir un compagnon menuisier remarquable.

www.generousbranding.com